



ЗАТВЕРДЖУЮ»

Голова приймальної комісії,
ректор УННД, професор

Костянтин СУХИЙ
05 2026 року

ПРОГРАМА

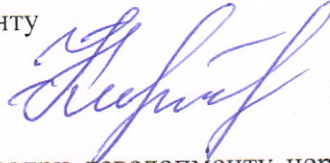
фахового вступного випробування
(ЄФВВ «Управління та адміністрування»)
для здобуття ступеня магістра
за освітньо-професійною програмою «Маркетинг»
спеціальності D5 «Маркетинг»

РОЗРОБЛЕНО ТА ВНЕСЕНО:

ННІ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури»
(повне найменування закладу вищої освіти)

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ:

професор кафедри девелопменту
нерухомості, фінансів, обліку та
маркетингу д.е.н., професор

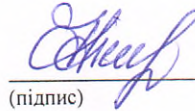


Ірина КОНОНОВА

Програму схвалено на засіданні кафедри девелопменту нерухомості, фінансів, обліку та маркетингу

Протокол від «30» квітня 2026 року № 15

В.о. завідувача кафедри


(підпис)

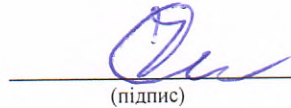
Надія ФІСУНЕНКО
(Ім'я, ПРІЗВИЩЕ)

« 30 » 04 2026 року

Програма погоджена групою забезпечення якості освітньо-професійної програми «Маркетинг» підготовки за другим (магістерським) рівнем вищої освіти зі спеціальності «D5 «Маркетинг».

Протокол від «04» травня 2026 року № 3

Гарант освітньої програми


(підпис)

Павло ФІСУНЕНКО
(Ім'я, ПРІЗВИЩЕ)

«04» травня 2026 року

1. МЕТА ТА ЗАДАЧІ ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

1.1. **Метою вступних випробувань** є формування контингенту студентів, найбільш здібних до успішного опанування дисциплін спеціальності D5 «Маркетинг» шляхом оцінки знань, умінь і практичних навичок абітурієнтів.

1.2. **Основними задачами вступних випробувань** є перевірка розуміння студентом програмного матеріалу профільних дисциплін професійної підготовки; оцінювання здатності студента до творчого використання набутих знань; аналіз уміння студента формулювати власне ставлення до конкретних проблем маркетингової, управлінської та підприємницької діяльності підприємства в ринкових умовах.

1.3. **Згідно з вимогами освітньо-професійної програми абітурієнти повинні:**

знати: законодавчі та інструктивні матеріали, що стосуються менеджменту, маркетингу, управління та підприємницької діяльності на підприємствах;

- сутність, принципи, функції та сучасні концепції маркетингу, менеджменту і підприємництва;

- методи маркетингових досліджень, аналізу ринку, оцінювання поведінки споживачів і конкурентного середовища;

- сутність і механізм здійснення маркетингової товарної, цінової, збутової та комунікаційної політики підприємства;

- систему вибору каналів розподілу продукції підприємства та методи організації товароруку;

- методи ціноутворення, формування попиту, стимулювання збуту та оцінювання ефективності маркетингової діяльності;

- основні функції менеджменту, методи прийняття управлінських рішень, організацію планування, мотивації, контролю та координації діяльності підприємства;

- основи підприємництва, форми організації бізнесу, механізми започаткування та розвитку підприємницької діяльності в умовах конкуренції.

вміти: розкривати зміст організації та здійснення маркетингових досліджень, управлінських процесів і підприємницької діяльності;

- виявляти фактори, що впливають на ціноутворення, попит, конкурентоспроможність товарів і результативність діяльності підприємства;

- аналізувати цінові, товарні, збутові та комунікаційні стратегії розвитку підприємства;

- здійснювати економічну оцінку існуючих каналів товароруку та ефективності маркетингових рішень;

- обґрунтовувати управлінські рішення щодо організації діяльності підприємства, використання ресурсів і досягнення стратегічних цілей;

- розробляти елементи фірмового стилю, маркетингових комунікацій і програм стимулювання збуту товарів;

- оцінювати підприємницькі ідеї, визначати ризики започаткування бізнесу та пропонувати напрями підвищення ефективності підприємницької діяльності.

2. ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДО ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

Менеджмент

1. Розкрийте сутність менеджменту як спеціалізованого виду управлінської діяльності та обґрунтуйте його роль у забезпеченні цілеспрямованого функціонування організації.

2. Охарактеризуйте суб'єкти й об'єкти менеджменту та поясніть взаємозв'язок між керуючою і керованою системами в організації.

3. Проаналізуйте процес менеджменту як послідовність управлінських дій, спрямованих на досягнення цілей організації.

4. Розкрийте основні властивості процесу менеджменту: неперервність,

циклічність, мінливість, нерівномірність і сталість.

5. Охарактеризуйте організацію як об'єкт менеджменту та визначте її основні ознаки як відкритої соціально-економічної системи.

6. Проаналізуйте внутрішнє середовище організації, його основні елементи та їх вплив на ефективність управління.

7. Розкрийте сутність зовнішнього середовища організації та охарактеризуйте чинники прямої і опосередкованої дії.

8. Обґрунтуйте значення рівнів менеджменту в організації та розкрийте функціональні відмінності між менеджерами вищої, середньої і низової ланки.

9. Розкрийте сутність управлінської праці та охарактеризуйте основні ознаки діяльності менеджера в сучасній організації.

10. Проаналізуйте адміністративні, економічні та соціально-психологічні методи менеджменту, визначивши їх переваги й обмеження.

11. Охарактеризуйте процесний, системний і ситуаційний підходи в менеджменті та поясніть їх значення для управління організацією.

12. Розкрийте зміст функції планування, її завдання та роль у зменшенні невизначеності діяльності організації.

13. Охарактеризуйте систему планів організації та поясніть відмінності між стратегічним, тактичним і операційним плануванням.

14. Розкрийте сутність стратегічного планування, його функціональне призначення та основні етапи реалізації.

15. Проаналізуйте місію, цілі організації та вимоги SMART до їх формулювання у процесі стратегічного управління.

16. Охарактеризуйте функцію організування в менеджменті та поясніть її значення для формування ефективної організаційної структури.

17. Розкрийте сутність делегування повноважень, види управлінської відповідальності та типи організаційних повноважень.

18. Проаналізуйте основні типи організаційних структур управління: лінійну, функціональну, лінійно-функціональну, матричну та мережеву.

19. Розкрийте сутність мотивування як функції менеджменту та охарактеризуйте основні змістові й процесуальні теорії мотивації.

20. Охарактеризуйте функції контролювання, комунікацій, прийняття управлінських рішень, лідерства та стилів керівництва в системі менеджменту організації.

Маркетинг

1. Розкрийте сутність маркетингу як концепції управління ринковою діяльністю підприємства та охарактеризуйте його основні категорії.

2. Проаналізуйте основні поняття маркетингу: нужда, потреба, попит, товар, обмін, угода та ринок.

3. Охарактеризуйте типологію ринків, зокрема ринок продавця, ринок покупця, ринок B2B і споживчий ринок B2C.

4. Розкрийте класифікацію попиту та поясніть відповідні види маркетингу залежно від його стану.

5. Порівняйте масовий, товарно-диференційований і цільовий маркетинг як підходи до сегментування ринку.

6. Охарактеризуйте основні концепції управління маркетингом: удосконалення виробництва, удосконалення товару, інтенсифікації комерційних зусиль, маркетингу та соціально-етичного маркетингу.

7. Розкрийте цілі системи маркетингу та поясніть їх вплив на формування ринкової поведінки підприємства.

8. Проаналізуйте просту і розгорнуту моделі купівельної поведінки споживача.

9. Охарактеризуйте чинники поведінки споживачів на ринках B2B і B2C та поясніть особливості процесу прийняття рішення про купівлю.

10. Розкрийте сутність маркетингового середовища підприємства та охарактеризуйте його мікро- і макрорівні.
11. Проаналізуйте сутність місткості ринку, ринкової частки підприємства та методичні підходи до їх визначення.
12. Розкрийте зміст сегментування ринку, критерії вибору цільового сегмента та особливості позиціонування товару.
13. Охарактеризуйте модель Ансоффа як інструмент виявлення ринкових можливостей підприємства.
14. Розкрийте сутність системи маркетингової інформації та охарактеризуйте її основні підсистеми.
15. Проаналізуйте етапи маркетингового дослідження та поясніть значення первинних і вторинних маркетингових даних.
16. Охарактеризуйте методи маркетингових досліджень: спостереження, опитування, експеримент і фокус-групове інтерв'ю.
17. Розкрийте зміст комплексу маркетингу «4P» та поясніть взаємозв'язок між товаром, ціною, розподілом і просуванням.
18. Охарактеризуйте маркетингову товарну політику, класифікацію товарів, товарну номенклатуру та концепцію життєвого циклу товару.
19. Проаналізуйте процес маркетингового ціноутворення, його етапи, чинники та основні методи встановлення цін.
20. Розкрийте сутність маркетингової політики розподілу та комунікацій, охарактеризуйте канали розподілу, комплекс маркетингових комунікацій і модель AIDA.

Підприємництво

1. Розкрийте сутність підприємництва відповідно до законодавчих положень та охарактеризуйте його роль у розвитку економіки.
2. Охарактеризуйте цілі підприємництва та поясніть їх класифікацію за масштабом охоплення, характером діяльності і спрямованістю дій.
3. Розкрийте склад суб'єктів підприємницької діяльності та визначте особливості діяльності фізичних і юридичних осіб як підприємців.
4. Охарактеризуйте об'єкти підприємницької діяльності та поясніть їх значення у формуванні підприємницького потенціалу.
5. Проаналізуйте основні ознаки підприємництва: самостійність, ініціативність, систематичність, ризиковість і спрямованість на досягнення результату.
6. Розкрийте базові принципи підприємницької діяльності та поясніть їх значення для забезпечення свободи підприємництва.
7. Охарактеризуйте основні функції підприємництва: інноваційну, соціальну, екологічну, ресурсну, стимулюючу та організаційну.
8. Проаналізуйте виробниче підприємництво, його види за спрямуванням і характером здійснення.
9. Охарактеризуйте торговельне підприємництво та поясніть відмінності між зовнішньою і внутрішньою торгівлею, оптовою і роздрібною торгівлею.
10. Розкрийте сутність біржового підприємництва, види бірж та основні функції товарної біржі.
11. Охарактеризуйте підприємництво у сфері послуг та класифікуйте основні види послуг за їх призначенням.
12. Розкрийте види підприємств за метою діяльності, способом створення, формами власності та національною належністю капіталу.
13. Проаналізуйте види підприємств за технологічною цілісністю, ступенем підпорядкування та розмірами.
14. Розкрийте сутність підприємницької ідеї та поясніть етапи вибору сфери діяльності й форми організації підприємництва.
15. Охарактеризуйте основні способи створення бізнесу: започаткування нового

підприємства, придбання діючого бізнесу та франчайзинг.

16. Розкрийте порядок реєстрації юридичних осіб і фізичних осіб-підприємців, визначивши ключові організаційно-правові етапи.

17. Проаналізуйте сутність бізнес-планування, його функції, принципи та джерела інформації для розроблення бізнес-плану.

18. Охарактеризуйте структуру бізнес-плану, призначення його основних розділів і етапи розроблення.

19. Розкрийте сутність ресурсного забезпечення підприємницької діяльності, зокрема матеріальних, нематеріальних, трудових, фінансових ресурсів та інвестицій.

20. Проаналізуйте показники ефективності підприємницької діяльності, рентабельність, точку беззбитковості, а також роль соціальної відповідальності бізнесу і ділової етики підприємця.

3. ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОВЕДЕННЯ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

Фахове вступне випробування проводиться у письмовій тестовій формі. Кожного року перелік тестових питань оновлюється на 30%. Абітурієнт на початку випробування отримує пакет документів, до складу якого входять: екзаменаційний білет, аркуш відповідей та вкладка. Екзаменаційний білет містить 15-ть питань та по 5-ть фіксованих відповідей до кожного питання (тільки одна відповідь є правильною).

Протягом фіксованого часу вступнику належить виконати запропоновані тестові завдання. На виконання завдань надається 60 хвилин.

Усі відповіді повинні бути занесені до основного поля аркуша відповідей у вигляді будь-якої позначки в області чотирикутника, що відповідає номеру правильної, на вашу думку, відповіді.

Якщо вступник зробив помилку на основному полі аркуша відповідей, необхідно виправити їх, скориставшись полем для виправлення помилок, яке розташовано в правій частині аркуша відповідей. Для виправлення відповідей, які вступник вважає за неправильні, необхідно поставити будь-яку позначку у чотирикутник поля для виправлення помилок відповідно до питання з неправильною, на думку абітурієнта, відповіддю в основному полі. Надані відповіді в межах поля для виправлення помилок будуть зараховані замість відповідних, поданих на основному полі для відповідей.

Оцінювання знань вступників за результатами тестування здійснюється за шкалою від 100 до 200 балів (100 + сума отриманих балів з тестування). В залежності від складності питань кожне з них оцінюється наступним чином: питання з 1-го по 7-ме включно оцінюється в 4-ри бали; з 8-го по 13-те включно - у 8-м балів; 14 те та 15-те питання оцінюються в 12 балів кожне.

4. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Аракелова І. О. Маркетинг послуг : електронний навчальний посібник. Київ: Маріупольський державний університет, 2024. 217 с.

2. Борисова Т. М. Комплексний Інтернет-маркетинг : навчальний посібник. Тернопіль : ЗУНУ, 2022. 272 с.

3. Ващенко О. П. Інформаційний менеджмент : навчальний посібник. Київ : ДУІКТ, 2024. 133 с.

4. Гонtareва І. В. Підприємництво : підручник. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. 392 с.

5. Горбаченко С. А., Дикий О. В., Кібік О. М., Клевцевич Н. А., Разінкін Н. С. ІТ-маркетинг : навчальний посібник. Одеса : Юридика, 2024. 218 с.

6. Гук О. В. Економіка підприємства : конспект лекцій. Київ : КПІ ім. Ігоря

Сікорського, 2024. 93 с.

7. Дергачова Г. М. Івент-менеджмент : конспект лекцій : навчальний посібник. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022.

8. Європейські стандарти бізнес-планування : навчальний посібник / О. В. Димченко, О. О. Рудаченко, В. М. Прасол, О. Д. Панова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. 120 с.

9. Жигалкевич Ж. М., Кам'янська О. В. Фінансовий менеджмент : навчальний посібник. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. 214 с.

10. Іванечко Н. Управління рекламною діяльністю : навчальний посібник. Тернопіль : ЗУНУ, 2022. 88 с.

11. Іванечко Н., Борисова Т., Процишин Ю. та ін. Маркетинг : навчальний посібник / за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.

12. Ільчук М. М., Коновал І. А., Барановська О. Д. Бізнес-планування підприємницької діяльності : навчальний посібник. Київ : НУБіП України, 2024. 246 с.

13. Котлер Ф. Маркетинг від А до Я. 80 концепцій, які варто знати кожному менеджеру / пер. з англ. О. Сіпігін. Київ : Альпіна Паблішер Україна, 2021. 252 с.

14. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу : 5-те видання / пер. з англ. Київ : Науковий світ, 2022. 880 с.

15. Менеджмент : підручник / М. М. Шкільняк, О. Ф. Овсянюк-Бердадіна, Ж. Л. Крисько, І. О. Демків. Тернопіль : ЗУНУ, 2022. 258 с.

16. Менеджмент персоналу : підручник / Л. Алексеєнко, В. Брич, О. Борисяк та ін. ; за заг. ред. В. Брича. Тернопіль : ЗУНУ, 2023. 640 с.

17. Міжнародний менеджмент : підручник / за ред. А. І. Крисоватого, Р. Є. Зварича. Тернопіль : ЗУНУ, 2024. 508 с.

18. Основи менеджменту. Конспект лекцій : навчальний посібник для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» / уклад. Т. В. Лазоренко, С. О. Пермінова. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 166 с.

19. Основи підприємницької діяльності : підручник / В. М. Марченко, С. О. Тульчинська, І. В. Макалюк та ін. ; за ред. В. М. Марченко. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського ; Вид-во «Політехніка», 2022. 516 с.

20. Основи підприємницької діяльності. Практикум : навчальний посібник / В. М. Марченко, С. О. Тульчинська, М. В. Шашина, Б. В. Дергалюк, А. В. Гречко, Т. П. Ткаченко, О. В. Кривда, І. В. Макалюк. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2024. 175 с.

21. Петруня Ю. Є. Маркетинг : навчальний посібник. Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2024.

22. Процишин Ю. Т. Стратегічний маркетинг : електронний навчальний посібник. Тернопіль : ЗУНУ, 2022. 146 с.

23. Процишин Ю. Т. Термінологія з маркетингу соціальних мереж (SMM). Тернопіль : ЗУНУ, 2023. 49 с.

24. Сидоров О. А., Фісуненко Н. О., Альошина Т. В., Фоменко А. Є. Стратегічний менеджмент : підручник. Дніпро : Арт-Прес, 2024. 352 с.

25. Сіренко Н. М., Лункіна Т. І., Бурковська А. В. Соціальна відповідальність : навчальний посібник. Миколаїв : МНАУ, 2021. 216 с.

26. Сумець О. М. Комунікативний менеджмент : навчальний посібник. Київ : ДУІКТ, 2024. 178 с.

27. Сумець О. М. Менеджмент клінічних досліджень : навчальний посібник. Київ : Університет економіки та права «КРОК», 2023. 135 с.

28. Сумець О. М. Стратегічний менеджмент : підручник. Харків : ХНУВС, 2021. 208 с.

29. Фінансовий менеджмент : конспект лекцій : навчальний посібник / уклад. С. О. Тульчинська. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2025. 130 с.

30. Фісуненко Н. О., Альошина Т. В., Сидоров О. А. Стратегічний менеджмент :

навчальний посібник. Дніпро : ДДУВС, 2024. 119 с.